Niveau(x) d'enseignement : 4 Numéro ISN : 9621
Centre d'intérêt : 870

Guide de promotion : la formation professionnelle au secondaire : un choix intelligent -- et payant. -- [Sainte-Foy] : Fédération des commissions scolaires catholiques du Québec ; [Montréal] : Association des commissions scolaires protestantes du Québec ; [Québec] : Ministère de l'éducation, [1991?]
24 p. ; 28 cm.

Titre de la couv. Version anglaise publ. ss le titre : Promotional activities guide : secondary school vocational education programs : an intelligent choice -- that pays.

Vedette(s)-secondaire(s) : Fédération des commissions scolaires catholiques du Québec • Association des commissions scolaires protestantes du Québec • Québec (Province). Ministère de l'éducation

Descripteur(s) : Formation professionnelle • Promotion • Guide • Secondaire (Ordre d'enseignement)

Ce guide est un outil d'intervention destiné au personnel enseignant, aux personnes-ressources en information scolaire et professionnelle, en éducation au choix de carrière ou en orientation qui ont à informer les élèves des diverses avenues qui s'offrent à eux sur le marché du travail. Ce guide a donc pour but de renseigner l'ensemble de ces intervenants sur les diverses étapes d'organisation d'un certain nombre d'activités visant à valoriser la formation professionnelle au secondaire. On y propose une série d'activités pour lesquelles on retrouve une description, des objectifs, une réalisation et une démarche de promotion auprès des élèves, des parents, de la population en général et des médias. Entre autres, on suggère une opération portes ouvertes, des visites d'entreprises et des expositions de travaux d'élèves.

Type de document :

PROMOTION

LA FORMATION PROFESSIONNELLE
AU SECONDAIRE

ET PAYANT!

TABLE DES MATIÈRES

9621

INTRODUCTION 2

DES ACTIVITÉS DE PROMOTION DYNAMIQUES DANS CHACUNE DES RÉGIONS 4

ACTIVITÉS 5

1 SEMAINE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE AU SECONDAIRE 5

2 OPÉRATION PORTES OUVERTES 7

3 VISITES D'ENTREPRISES 11

4 TOURNÉE DES CLASSES DU SECONDAIRE 13

5 JOURNÉE DE SENSIBILISATION AUX DIVERS PROGRAMMES DE FORMATION PROFESSIONNELLE 16

6 EXPOSITIONS DE TRAVAUX D'ÉLÈVES 19

7 ACTIVITÉS À L'INTENTION DES MÉDIAS 21

7.1 LA RADIO SCOLAIRE 21

7.2 LE JOURNAL SCOLAIRE 21

7.3 LES MÉDIAS DE MASSE 22

7.3.1 ACTIVITÉS À L'INTENTION DES ANIMATEURS 22

7.3.2 ACTIVITÉS À L'INTENTION DES ÉMISSIONS SPÉCIALISÉES 22

ANNEXE 23

CALENDRIER D'ORGANISATION 24

I N T R O D U C T I O N

La Fédération des commissions scolaires catholiques du Québec, l'Association des commissions scolaires protestantes du Québec ainsi que le ministère de l'Éducation ont mené l'an dernier une campagne de promotion de la formation professionnelle au secondaire.

Cette campagne, dont le thème était **La formation professionnelle au secondaire : un choix intelligent...et payant!**, se poursuit en 1990-91. Elle vise à valoriser ce type d'enseignement auprès des jeunes, ainsi qu'auprès des divers intervenants qui influencent les élèves dans leur choix d'une carrière: entre autres, les enseignants et les enseignantes, les parents ainsi que les amis et les amies.

Une campagne de publicité diffusée à la télévision et dans les journaux, entre octobre 1990 et mars 1991, contribuera à accroître la visibilité de la formation professionnelle au secondaire. C'est ainsi que six messages, dont deux en anglais et un nouveau en français, présentent de jeunes diplômés et diplômées de la formation professionnelle qui témoignent de façon très dynamique que le milieu de travail où ils évoluent est pour eux extrêmement stimulant.

De plus, un dépliant et des affiches ont été distribués dans les établissements d'enseignement secondaire et dans divers organismes concernés par la formation professionnelle, de même que par la question de l'intégration des jeunes sur le marché du travail.

Le milieu des affaires sera également appelé à collaborer avec les intervenants du milieu scolaire. C'est ainsi que dans le cadre de la Semaine de la formation professionnelle, les membres de la **Chambre de commerce du Québec** pourront contribuer à démontrer, par leurs témoignages et leur participation aux diverses activités qui seront organisées dans les établissements scolaires, l'importance de ce type d'enseignement auprès des jeunes, de leurs parents et des employeurs.

LE GUIDE DE PROMOTION

Cette campagne de promotion ne saurait être complète sans une participation significative du milieu scolaire. Premiers concernés tant par la qualité de la formation que les jeunes reçoivent que par le processus de choix de carrière auquel les élèves sont confrontés, les divers agents d'éducation ont un rôle déterminant à jouer dans ce dossier. **C'est pourquoi nous avons décidé de rééditer le présent guide en y apportant certains changements qui tiennent compte des commentaires que vous avez formulés l'an dernier.**

Le **Guide de promotion** est donc un outil d'intervention destiné au personnel enseignant, aux personnes-ressources en information scolaire et professionnelle, en éducation au choix de carrière ou en orientation qui ont à informer les élèves des diverses avenues qui s'offrent à eux quant à leur avenir sur le marché du travail.

Il est important que dans les établissements scolaires les parents, les jeunes et, parfois, même les employeurs aient l'occasion de participer à des événements leur permettant de se familiariser avec ce secteur de formation. C'est ainsi qu'ils pourront en constater le dynamisme, la qualité et l'importance soit en visitant les ateliers et les classes où les élèves étudient, soit en ayant la possibilité de vérifier concrètement l'habileté des jeunes à exercer le métier qu'ils ont choisi.

L'école étant le lieu privilégié pour diffuser l'information, mais aussi pour établir un lien de confiance entre les divers intervenants qui influencent les jeunes dans leur choix de carrière, il est primordial que chaque établissement emboîte le pas pour valoriser la formation professionnelle, laquelle représente une voie d'avenir intéressante pour bon nombre d'élèves.

En outre, on connaît aujourd'hui l'influence considérable qu'exercent les médias sur le grand public. Dès lors, il est essentiel de les inviter à s'intéresser au dossier de la formation professionnelle au secondaire afin que la population soit informée adéquatement des programmes qui sont donnés, mais également de l'importance de former une main-d'œuvre qui répond aux attentes des employeurs.

Enfin, dans le but de mettre en lumière les initiatives prises par le milieu scolaire au regard de la promotion de la formation professionnelle, nous invitons tous les agents d'éducation à faire connaître à leur direction régionale les activités qui ont été organisées à la suite de la publication du présent guide. Il suffit de faire parvenir une copie des documents ou des communiqués annonçant ces activités au responsable des communications de la direction régionale, lequel se chargera de les faire suivre à la Direction des communications du ministère de l'Éducation.

Merci à l'avance de votre collaboration!

DES ACTIVITÉS DE PROMOTION DYNAMIQUES DANS CHACUNE DES RÉGIONS

Le **Guide de promotion** a été réalisé dans le but de renseigner l'ensemble des intervenants du milieu scolaire sur les diverses étapes d'organisation d'un certain nombre d'activités visant à valoriser la formation professionnelle au secondaire. Diffusé dans les écoles secondaires dispensant des cours de formation professionnelle, il pourra servir de référence au moment de la planification de certains événements promotionnels destinés à informer les parents, les élèves et les employeurs.

Par ailleurs, les événements qui seront organisés devraient permettre d'accroître le nombre d'inscriptions aux programmes de formation professionnelle, puisque les jeunes auront eu ainsi l'occasion d'être en contact direct avec des personnes, enseignants et élèves, qui leur feront apprécier ce secteur d'activités. Peut-être y trouveront-ils le soutien dont ils ont besoin pour s'engager dans une carrière qui correspond pleinement à leurs goûts et à leurs aptitudes!

A C T I V I T É S

1 SEMAINE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE AU SECONDAIRE

Les commissions scolaires pourraient réaliser les activités proposées dans le présent guide en les regroupant sous un grand thème afin de coordonner plus facilement les divers événements choisis. C'est ainsi qu'au cours du mois de février ou de mars, la *Semaine de la formation professionnelle au secondaire* pourrait être l'occasion de faire la promotion de ce secteur de formation dans les établissements scolaires du Québec. Cette semaine serait organisée dans chacune des commissions scolaires suivant les contraintes, les besoins et les disponibilités de chacune d'entre elles.

Ainsi, cette structure extrêmement souple favorisera la prise d'initiatives visant à assurer une visibilité à ce secteur de formation: information dispensée aux jeunes et à leurs parents, rencontres avec les représentants des médias, participation du milieu des affaires ainsi que celle des employeurs. Cette semaine pourrait être un moyen fort utile pour assurer la diffusion d'information sur la formation professionnelle au secondaire. Elle permettrait aux élèves d'obtenir facilement les renseignements dont ils ont besoin pour prendre leur décision quant à leur choix de carrière.

Cette *Semaine de la formation professionnelle au secondaire* est conçue de manière à permettre l'encadrement d'événements promotionnels sans pour autant obliger les établissements scolaires à respecter des règles rigoureuses. Chacun d'entre eux pourra planifier les activités qu'il privilégie en fonction de ses besoins, de ses ressources et de ses élèves, ainsi qu'en fonction des objectifs spécifiques qu'il poursuit.

Le Guide de promotion propose une série d'activités parmi lesquelles vous pouvez choisir afin de planifier les événements de la *Semaine de la formation professionnelle au secondaire*.

A C T I V I T É S

SEMAINE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE AU SECONDAIRE

EXEMPLE DE PROGRAMMATION

LUNDI

Déjeuner ouvert au public, préparé par les élèves du programme **Cuisine d'établissement**. Une station de radio de la région serait invitée à diffuser son émission du matin en direct des lieux où se déroulent l'activité (voir la section 7.3).

MARDI

Visites d'entreprises (voir la section 3).
Tournée des classes et rencontre avec la presse locale pour expliquer les activités de la semaine (voir section 4).

MERCREDI

Visites d'entreprises (voir section 3).
Tournée des classes (voir section 4).
Rencontre avec la presse locale à l'occasion de la tournée des classes.

JEUDI

Visites d'entreprises (voir section 3).
Tournée des classes (voir section 4).
Rencontre avec la presse locale à l'occasion d'une visite d'entreprise.

VENDREDI

Inauguration de l'exposition de travaux d'élèves (voir section 6).

Relations de presse (voir section 7.3).

SAMEDI

Opération portes ouvertes (voir section 2).

Journée de sensibilisation aux programmes de formation professionnelle (voir section 5).

Durant toute la semaine, il ne faut jamais oublier de s'assurer que :

- les représentants de la presse sont informés de la tenue de chacune des activités et qu'ils y participent;
- les parents, les employeurs et les élèves sont toujours invités à assister à chacun des événements que l'on planifie;
- nos partenaires, le milieu des affaires par exemple, reçoivent toute la visibilité souhaitable. C'est le maillage du milieu scolaire et des gens d'affaires qui créera, en partie, l'intérêt pour la *Semaine de la formation professionnelle au secondaire*.

2 OPÉRATION PORTES OUVERTES

DESCRIPTION

Ouvrir au public les locaux où sont enseignés les divers programmes de formation professionnelle.

OBJECTIFS

- Faire connaître les divers programmes de formation professionnelle;
- valoriser les élèves en formation professionnelle en leur permettant d'expliquer leur programme d'études aux visiteurs;
- renseigner les parents sur les possibilités d'emploi qui s'offrent à leurs enfants;
- permettre aux parents de voir les réalisations des élèves, l'équipement et l'outillage.

POPULATION CIBLE

- Élèves du secondaire;
- parents;
- population en général.

ORGANISATEURS SUGGÉRÉS

- Coordonnateurs et coordonnatrices des programmes de formation professionnelle;
- directeurs et directrices d'école;
- enseignants et enseignantes de la formation professionnelle.

ÉTAPES DE RÉALISATION

- Déterminer la date de l'activité ainsi que les heures au cours desquelles elle sera ouverte au public;
- réunir tous les coordonnateurs et les coordonnatrices des programmes de formation professionnelle;
- recruter et coordonner les ressources humaines nécessaires à l'organisation et à l'animation de l'**Opération portes ouvertes**;
- solliciter la participation de représentants de **tous** les programmes (enseignants, enseignantes et élèves);
- déterminer le type de présentation que chaque représentant ou représentante fera aux visiteurs ainsi que l'accueil qu'il ou elle leur réservera;
- déterminer qui fera l'accueil à l'entrée (le directeur de l'école, le responsable du comité organisateur);
- établir le circuit de visite afin d'assurer une meilleure circulation des visiteurs;
- prévoir une «aire de rencontre» pour permettre aux visiteurs d'échanger avec les enseignants, les enseignantes et les élèves;
- proposer aux élèves du programme **Cuisine d'établissement** de servir un goûter aux visiteurs (où cela est possible);
- inviter des personnalités (maires, préfets de comté, présidents de chambres de commerce, etc.) à participer à l'**Opération portes ouvertes**. S'entendre sur l'heure à laquelle ils feront leur visite.

A C T I V I T É S

PROMOTION

AUPRÈS DES ÉLÈVES

- Affiches réalisées par les élèves et exposées dans l'école (vestiaires, locaux d'activités socio-culturelles);
- «affiches-maison» dans les centres de loisirs, etc.;
- annonce à la radio scolaire et dans le journal scolaire;
- napperons promotionnels à la cafétéria (photocopies);
- constituer une équipe de promotion qui rencontrera les élèves dans les classes (au début des cours);
- inciter les enseignants et les enseignantes à utiliser l'**Opération portes ouvertes** comme prétexte pour discuter de la formation professionnelle.

  Ex: dans le cadre du cours d'initiation à la vie économique, parler de la main-d'œuvre spécialisée.

AUPRÈS DES PARENTS

- Lettre remise aux élèves à l'intention de leurs parents.

AUPRÈS DE LA POPULATION EN GÉNÉRAL

- Si le budget le permet, placer une annonce dans les hebdos de la région immédiate. Pour ce faire, entrer en communication avec un représentant en publicité de votre hebdo;
- mention dans le feuillet paroissial;
- faire parvenir une invitation aux entreprises de la région en leur demandant d'inscrire dans leur journal interne qu'il y a une opération portes ouvertes à l'école.

ACTIVITÉS

AUPRÈS DES MÉDIAS

- Rédaction et envoi d'un communiqué (par la poste ou par télécopieur) à tous les médias de la région invitant la population à participer (envoyer le communiqué au rédacteur en chef).
- envoyer une invitation (bref communiqué de presse) à l'intention des chroniques du genre «Blocs notes», «Où aller ?» et «Que faire cette semaine?».
- inviter les journalistes de la presse écrite et électronique à visiter les locaux et à rencontrer les jeunes. Entrer en communication avec eux afin de savoir s'ils viendront (les quotidiens ont des journalistes spécialisés).
- informer les médias de la participation des personnalités de la région ex. du moment de leur visite. Envoyer des photos de leur passage (par exemple, écrire un court communiqué pour dire que le maire a participé, le cas échéant, à la journée **Opération portes ouvertes**).

SUIVI

- Prendre des photos à l'occasion de l'**Opération portes ouvertes** et en faire parvenir aux médias de la région (envoyer ces photos aux rédacteurs en chef des hebdos).
- rédiger un compte rendu de l'**Opération portes ouvertes** pour le journal scolaire et joindre une photo.
- rédiger un article dans le journal de la commission scolaire.

3 VISITES D'ENTREPRISES

DESCRIPTION

Organiser, à l'intention des élèves du secondaire, des visites d'entreprises de la région.

OBJECTIFS

- Permettre aux élèves de mieux connaître le milieu du travail;
- permettre aux élèves de rencontrer des travailleurs et de discuter;
- améliorer les relations entre l'entreprise et l'école;
- permettre aux élèves de mieux connaître les possibilités d'emploi et le type de travail qui s'offrent aux sortants de la formation professionnelle.

POPULATION CIBLE

- Élèves du secondaire.

ORGANISATEURS SUGGÉRÉS

- Responsables des activités socio-culturelles;
- directeurs et directrices d'école;
- professeurs et professeures d'Éducation au choix de carrière.

ÉTAPES DE RÉALISATION

- Dresser une liste des entreprises susceptibles d'accepter d'organiser, à l'intention des élèves, une visite de leurs installations;
- entrer en communication avec le responsable des relations publiques ou le directeur de l'usine de ces entreprises pour en faire la demande;
- établir le moment de la ou des visites;
- inviter les élèves à s'inscrire à cette activité si celle-ci ne se déroule pas dans le cadre d'un cours (voir promotion);
- s'informer auprès de l'employeur du contenu de la visite et établir un horaire précis (déroulement);
- inscrire à l'horaire des périodes où les élèves pourront échanger avec des personnes-ressources de l'entreprise (cadre, travailleurs, etc.).

Si l'expérience est concluante, demander aux employeurs s'il leur est possible de recevoir des élèves-stagiaires pendant la période estivale.

A C T I V I T É S

PROMOTION

AUPRÈS DES ÉLÈVES

- Affiches (dessinées par les élèves).
- annonces dans le journal scolaire;
- annonces à la radio scolaire;
- annonces pendant le cours d'Éducation au choix de carrière;
- interviewer, à la radio scolaire ou dans le cadre d'un article dans le journal scolaire, des diplômés et diplômées de la formation professionnelle à l'emploi des entreprises de la région;
- faire un compte rendu de la visite pour publier dans le journal scolaire ou pour diffuser à la radio scolaire.

SUIVI

- Discussion en classe: si l'activité n'a pas eu lieu dans le cadre d'un cours, demander aux élèves qui y ont participé de témoigner de l'intérêt que présentait la visite.

4 TOURNÉE DES CLASSES DU SECONDAIRE

DESCRIPTION

Un employeur ainsi qu'une employée ou un employé (récemment diplômé(e) de la formation professionnelle) rencontrent les élèves pour les informer des possibilités d'emploi, du genre de travail, du salaire, etc.

ORGANISATEURS SUGGÉRÉS

- Professeurs et professeures en Éducation au choix de carrière;
- directeurs et directrices d'école;
- responsables des programmes de formation professionnelle.

OBJECTIFS

- Informer les élèves sur le travail que l'on peut effectuer lorsqu'on obtient un diplôme de la formation professionnelle;
- informer les élèves des possibilités d'emploi après avoir obtenu un diplôme d'études professionnelles, un certificat d'études professionnelles ou une attestation de spécialisation professionnelle;
- améliorer les relations entre l'entreprise et l'école;
- valoriser les métiers auprès des élèves qui ont à décider de leur choix de carrière.

POPULATION CIBLE

Élèves de 3e, 4e et 5e secondaire.

ÉTAPES DE RÉALISATION

- Déterminer les heures de cours où il serait possible de recevoir des employeurs et des employés.
- dresser une liste des métiers qui susciteraient de l'intérêt chez les élèves de quels métiers veulent-ils entendre parler? Dresser cette liste avec les élèves dans le cadre d'un cours d'Éducation au choix de carrière.

  ou

- en dressant la liste des métiers, tenir compte des programmes où les inscriptions sont peu nombreuses.

  ou

- dresser une liste des métiers en fonction des programmes qui offrent le plus de débouchés.
- dresser la liste des diplômés des deux dernières années qui ont un emploi.

  ou

- faire appel aux employeurs de diplômés et diplômées de la formation professionnelle de la région pour leur soumettre votre projet.
  - ont-ils des employés récemment diplômés?
  - sont-ils prêts à rencontrer les élèves?
  - quand sont-ils disponibles?
- demander aux élèves s'ils ont des amis ou des parents qui sont employés dans une entreprise de la région.
- confirmer la demande par écrit.
- établir des objectifs précis pour la tournée de façon à faciliter la tâche des conférenciers (employeurs-employés). Établir la liste des sujets que vous aimeriez qu'ils abordent.
- préparer la rencontre avec les élèves.
  - prendre connaissance de leurs attentes.
  - dresser une liste des sujets qu'ils désirent aborder.
  - dresser une liste de questions.
  - présenter l'entreprise.
- suggérer aux représentants et représentantes du milieu du travail d'apporter des outils, matériaux, réalisations et documentation pour rendre plus vivante leur présentation.
- remercier les personnes-ressources de l'entreprise d'avoir permis aux élèves de se familiariser avec un milieu de travail et d'avoir participé à l'amélioration des relations entre l'entreprise et l'école.
- faire un retour sur l'activité avec les élèves.
  - vérifier s'ils l'ont appréciée.
  - vérifier s'ils ont appris des éléments nouveaux.
  - vérifier s'ils ont modifié leur opinion sur divers métiers.
- proposer aux élèves d'écrire un article dans le journal scolaire pour faire le récit des rencontres.

A C T I V I T É S

PROMOTION

- Étant donné que nous suggérons d'organiser cette activité dans le cadre du cours d'Éducation au choix de carrière, peu de promotion sera nécessaire auprès des élèves. Toutefois, il serait préférable que l'enseignant ou l'enseignante annonce cette activité et la présente comme une bonne occasion de mieux connaître le milieu du travail et de se renseigner sur les diverses possibilités de carrière.
- Par ailleurs, il serait utile d'envoyer un communiqué aux hebdos (uniquement) faisant mention que monsieur X, de la compagnie Y, et un de ses jeunes employés sont allés rencontrer les élèves de la commission scolaire. Si cela est possible, accompagnez l'envoi d'une photo prise à l'occasion de la rencontre.

5 JOURNÉE DE SENSIBILISATION AUX DIVERS PROGRAMMES DE FORMATION PROFESSIONNELLE

DESCRIPTION

Durant toute une journée, offrir des services gratuits aux élèves du secondaire et à la population en général.

OBJECTIFS

- Sensibiliser les groupes cibles aux divers programmes de formation professionnelle;
- valoriser les élèves des programmes de formation professionnelle;
- faire connaître les métiers auxquels conduit la formation professionnelle;
- modifier les perceptions de la population à l'égard de la formation professionnelle.

POPULATION CIBLE

- Population en général;
- parents;
- élèves du secondaire.

ORGANISATEURS SUGGÉRÉS

- Coordonnateurs et coordonnatrices des programmes de formation professionnelle;
- responsables des activités socio-culturelles;
- directeurs et directrices d'école;
- élèves de la formation professionnelle au secondaire.

A C T I V I T É S

ÉTAPES DE RÉALISATION

- Dresser une liste des services que vous aimeriez offrir durant cette journée:
  exemples: soins esthétiques et maquillage;
  coiffure;
  dessin;
  secrétariat;
  bijouterie;
  mécanique automobile;
- déterminer la journée, le lieu de l'activité (selon l'espace requis) ainsi que le matériel nécessaire. Certains services pourraient être offerts dans un lieu autre que l'école;
- déterminer les ressources humaines nécessaires:
  • encourager les élèves à former des équipes de travail;
- déterminer le type de service offert:
  exemple: les élèves en secrétariat peuvent dactylographier des curriculum vitæ;
- déterminer, dans certains cas, les partenaires possibles (exemple: les élèves en mécanique et le club automobile).

PROMOTION

AUPRÈS DES ÉLÈVES

- Annonce dans le journal scolaire;
- publicité diffusée à la radio scolaire annonçant l'événement;
- demander aux élèves participants d'aller dans les classes pour inviter les jeunes du secondaire;
- poser de grandes affiches conçues par les élèves (au moins une par service offert) et inviter les élèves à inscrire leur nom et le service qu'ils désirent obtenir;
- faire des affiches promotionnelles (demander aux élèves en dessin de les faire);

  exemples: «Vos plantes ne sont plus en santé! Les élèves en horticulture sauront leur parler et vous conseiller...»;

  «Apportez votre mélangeur défectueux et les élèves du programme **Réparation d'appareils électro-ménagers** régleront vos petits problèmes».

A C T I V I T É S

AUPRÈS DES MÉDIAS

- Rédiger et faire parvenir un communiqué à tous les médias de la région;
- envoyer une annonce (bref communiqué de presse) à l'intention des chroniques du genre «Bloc notes», «Où aller à ...» et «Que faire cette semaine!»;
- inviter les journalistes spécialisés, les rappeler pour savoir s'ils viendront (les quotidiens ont des journalistes spécialisés);
- si le budget le permet, placer une annonce dans l'hebdo régional; il est possible d'avoir, dans certains cas, la collaboration des médias pour obtenir de la publicité gratuite.

AUPRÈS DE LA POPULATION

- Mettre des affiches dans les tabagies, épiceries et pharmacies du quartier;
- mention dans le feuillet paroissial;
- inviter (dans une lettre signée par le directeur de l'école) tous les intervenants socio-économiques de la région: présidents d'entreprises et de chambres de commerce, maires, députés, etc.)

SUIVI

- Faire un compte rendu de la journée de sensibilisation pour le journal scolaire: «Quarante personnes reçoivent des soins esthétiques gratuits»;
- demander à un participant ou à une participante de parler de sa journée dans le cadre d'une entrevue à la radio scolaire.

6 EXPOSITIONS DE TRAVAUX D'ÉLÈVES

DESCRIPTION

Exposer dans des endroits publics les travaux des élèves de la formation professionnelle et présenter les divers secteurs de la formation professionnelle.

OBJECTIFS

- Promouvoir la formation professionnelle auprès de la population en général;
- valoriser les élèves de la formation professionnelle en leur permettant d'exposer leurs réalisations.

POPULATION CIBLE

- Population en général.

ORGANISATEURS SUGGÉRÉS

- Directeurs généraux et directrices générales;
- coordonnateurs et coordonnatrices de la formation professionnelle.

ÉTAPES DE RÉALISATION

- En fin de session, choisir parmi les travaux et réalisations des élèves de la formation professionnelle les plus intéressants ou ceux susceptibles d'attirer l'attention dans un endroit public;
- fixer un budget de fonctionnement;
- déterminer l'espace requis;
- répertorier tous les endroits où il serait possible d'exposer;
  exemples : • centre commercial;
  • centre de loisirs;
  • hall d'un grand édifice à bureaux;
  • hall de l'hôtel de ville;
- envoyer des demandes écrites de collaboration à tous les endroits répertoriés (utiliser tous vos contacts);
- selon les reponses obtenues, déterminer si l'exposition aura lieu à plusieurs endroits simultanément, à plusieurs endroits à des moments différents ou à un seul endroit;
- selon l'endroit choisi, déterminer les heures d'exposition (en fonction des heures de pointe de l'endroit);
- prévoir les ressources humaines:
  • pour le déménagement ;
  • pour le montage;
  • pendant l'exposition;
  • pour le démontage;
- prévoir des affiches ou des «décorations» pour être bien visible dans les lieux d'expositions.

A C T I V I T É S

PROMOTION

AUPRÈS DES MÉDIAS

- Rédaction et envoi d'un communiqué de presse à tous les médias de la région; adresser le communiqué aux rédacteurs en chef.
- envoi d'une invitation à l'intention des chroniques du genre «Blocs notes», «Où aller à ... » et «Que faire cette semaine?».
- placement publicitaire dans les hebdos de la région, si votre budget le permet.

AUPRÈS DE LA POPULATION EN GÉNÉRAL

- Mention dans le feuillet paroissial.
- chercher l'appui des corporations et des associations professionnelles. par exemple, faire mention dans le journal d'information de l'Association des bijoutiers qu'une exposition de bijoux organisée par les élèves de la formation professionnelle a lieu au centre commercial.

Si l'exposition a lieu dans un centre commercial:

- demander aux marchands de poser de petites affiches dans leur magasin.
- conclure une entente avec le centre commercial relativement à la promotion de l'événement (ont-ils un journal d'information à l'intention des marchands? Ont-ils prévu de faire de la publicité pour l'ensemble du centre? Peuvent-ils y mentionner cette exposition?).
- dans la mesure du possible, organiser, à l'intention des visiteurs, un tirage en collaboration avec le centre commercial.

Si l'exposition a lieu dans le hall d'un édifice à bureaux:

- poser des affiches à la réception des divers bureaux.
- demander aux entreprises de faire mention de l'exposition dans leur journal interne.

7 ACTIVITÉS À L'INTENTION DES MÉDIAS

Les activités suggérées dans cette section peuvent être réalisées dans le cadre d'un événement important (*Semaine de la formation professionnelle*) ou être organisées séparément et ce, dans le but de promouvoir la formation professionnelle auprès des médias et, par conséquent, auprès de la population en général.

7.1 LA RADIO SCOLAIRE

L'infrastructure et le dynamisme des radios scolaires varient beaucoup selon les écoles.

Voici toutefois quelques suggestions d'activités pour promouvoir la formation professionnelle au moyen des radios scolaires :

- annoncer les activités de promotion de la formation professionnelle décrites précédemment;
- réaliser des entrevues avec des élèves de la formation professionnelle :
  - pourquoi ont-ils choisi ce type de formation?
  - quel est leur objectif de carrière?
  - quel est le contenu de leur programme d'études?
- réaliser des entrevues avec des employeurs éventuels;
- réaliser des entrevues avec des jeunes récemment diplômés de la formation professionnelle et qui ont un emploi;
- organiser une table ronde réunissant des élèves de la formation professionnelle, des élèves de la formation générale et des employeurs de la région. Cette table ronde, permettant d'échanger sur les différences entre le secteur professionnel et le secteur général, pourrait être animée par un professeur ou une professeure d'Éducation au choix de carrière.

7.2 LE JOURNAL SCOLAIRE

Le journal scolaire peut se révéler un meilleur outil que la radio pour traiter des sujets qui demandent un certain développement. Outre l'annonce des activités de promotion mentionnées précédemment, le journal scolaire se prête bien à la réalisation de reportages plus complets sur diverses facettes de la formation professionnelle.

Ainsi, une école pourrait organiser un concours de rédaction pour les journalistes en herbes; les reportages des élèves pourraient décrire une journée dans la vie d'un frigoriste, d'une esthéticienne ou d'un dessinateur industriel. D'autres élèves pourraient concevoir des jeux (mots croisés, mots mystères) ayant pour thèmes les métiers auxquels conduit la formation professionnelle.

7.3 LES MÉDIAS DE MASSE

Comme nous l'avons déjà mentionné, les diverses activités de promotion à l'intention des élèves du secondaire et des parents sont une occasion pour susciter l'intérêt des médias. Mais il est également possible d'organiser un événement dans le seul but d'attirer l'attention des médias.

7.3.1 Activités à l'intention des animateurs

D'une part, il serait possible d'organiser un brunch ou un déjeuner auquel seraient conviées des personnalités régionales, et qui serait préparé par les élèves du programme **Cuisine d'établissement**. Cette activité pourrait être diffusée en direct pendant une émission du matin. Le déjeuner serait donc un moyen de se servir des médias pour donner aux élèves et aux enseignants une certaine visibilité.

7.3.2 Activités à l'intention des émissions spécialisées

D'autre part, dans le cadre d'une émission consacrée à l'automobile (souvent le samedi matin), vous pourriez organiser une clinique d'inspection gratuite des automobiles. L'émission serait diffusée en direct; cette activité pourrait être organisée par les élèves en mécanique automobile en collaboration avec le club automobile, l'Association pour la protection des automobilistes (APA) et l'Association des garagistes. Les élèves en mécanique automobile obtiendraient ainsi une bonne visibilité tout en permettant aux automobilistes de faire inspecter gratuitement leur voiture. Cette activité nécessiterait la supervision de professeurs.

Enfin, ce qui importe, c'est d'être attentif aux diverses émissions de radio et de télévision afin de créer, le plus souvent possible, des jumelages avec un ou des secteurs de la formation professionnelle au secondaire. Il importe de présenter cette activité comme un événement qui permet de varier la programmation habituelle des postes de radio et de télévision.

C'est en communiquant, par téléphone, avec le recherchiste ou l'animateur de l'émission que débute le processus qui conduira à la diffusion d'une émission spéciale. On lui expose les grandes lignes de ce qu'on lui propose, décrivant les avantages que chacune des parties en retirerait.

A N N E X E

LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Dans un texte concis et simple, vous devrez annoncer la tenue de l'activité que vous organisez. Dès le premier paragraphe, il vous faudra répondre aux questions suivantes: quoi? qui? quand? et où?

Les paragraphes suivants permettront de fournir des précisions additionnelles sur le contenu et la nature de l'activité.

Un exemple:

Communiqué de presse
Pour diffusion immédiate

Convocation
Les élèves en mécanique automobile ouvrent les portes de leurs ateliers aux visiteurs

(Ville, date) - Les 4 et 5 mars prochain, les élèves en mécanique automobile de l'école secondaire _____ ouvriront les portes de leurs ateliers aux visiteurs afin de leur permettre de se familiariser avec le type de formation qu'ils reçoivent. Leurs professeurs seront également présents pour répondre aux questions des visiteurs et des représentants de la presse.

C'est un rendez-vous!

LIEU: École secondaire xxx
HEURE: 10 heures à 16 heures
DATE: les 4 et 5 mars 1991

- 30 -

Pour information: Nom du responsable
Numéro de téléphone

CALENDRIER D'ORGANISATION

ACTIVITÉS	SEMAINE DU 11 DÉCEMBRE 1990	SEMAINE DU 18 DÉCEMBRE 1990	SEMAINE DU 7 JANVIER 1991	SEMAINE DU 14 JANVIER 1991	SEMAINE DU 21 JANVIER 1991	SEMAINE DU 28 JANVIER 1991	SEMAINE DU 4 FÉVRIER 1991	SEMAINE DU 11 FÉVRIER 1991
DÉJEUNER OUVERT AU PUBLIC	Sensibiliser les enseignants au projet		Réunion avec les responsables du programme **Cuisine d'établissement** déterminer les lieux la date le budget Partage des responsabilités entre les deux organisations Entente avec une station de radio	Confirmer la participation de la station de radio Voir avec la station de radio à la promotion de l'activité auprès du grand public Déroulement (activités et menu) Sélectionner les pièces parmi (par parmi les élèves et les enseignants) servant appareil à parler en ondes Liste d'invités / Liste de presse Rédaction d'une lettre d'invitation	Faire l'envoi des invitations Rédaction d'un communiqué	Rappels aux invités Envoi du communiqué aux médias Placement publici- taire dans un hebdo	Déjeuner ouvert au public	Remerciements à la station de radio et aux partenaires
VISITES D'ENTREPRISES	Liste d'entreprises qui il serait possible de visiter Contact avec les responsables des entreprises	Horaire des visites	Promotion auprès des élèves (affiches annonces radio visiteurs annonce journal scolaire)	Inscription des élèves aux visites Confirm. et déroulement de la visite (avec les entreprises)	Liste de presse Rédaction d'une invitation destinée aux médias (participation à la visite)	Envoi des invitations aux journalistes (début de la semaine) Rappel aux journalistes (fin de la semaine)	Visites d'entreprises	Remerciements aux entreprises Retour sur l'activité
TOURNÉE DES CLASSES	Sensibiliser les enseignants au projet		Présentation du projet aux élèves du cours **Éducation au choix de carrière** Liste des métiers qui intéressent les élèves Liste des employeurs et employeurs potentiels	Contacts avec les employés et les employeurs Horaire de la tournée	Préparation des rencontres avec les élèves (affiches outils questions) Préparation des rencontres avec les employeurs (contacts outils) Rédaction d'une invitation destinée aux médias (présence aux rencontres)	Liste de presse Envoi des invitations aux journalistes	Rappel aux journalistes Tournée des classes	Remerciements aux participants Retour sur l'activité
EXPOSITIONS DES TRAVAUX D'ÉLÈVES	Sensibiliser les enseignants au projet		Choix des travaux d'élèves Dresser la liste des lieux d'exposition à l'école ou à l'extérieur Envoi des demandes aux partenaires de l'extérieur (endroits publics etc.)	Entrevue officielle avec les dirigeants des lieux extérieurs Plan d'aménagement des lieux (démarquage montage témoignage etc.)	Rédaction d'un communiqué Liste de presse	Envoi du communiqué Placement publicitaire dans un hebdo Rappels aux médias	Exposition des travaux d'élèves	Remerciements aux partenaires

* Au cours de la semaine du 28 janvier, prévoir une rencontre de presse pour présenter les activités de la Semaine de la formation professionnelle

Votre participation à la promotion de la formation professionnelle au secondaire est essentielle.

Sans doute avez-vous plusieurs autres idées pour organiser des activités au sein de votre établissement d'enseignement: n'hésitez pas à les organiser!

L'important, c'est de les réaliser dès aujourd'hui.

Bonne chance!